

MAGDALENA WOŹNICZKO

Wyższa Szkoła Ekologii i Zarządzania w Warszawie

ORCID iD: 0000-0002-2846-4240

DOMINIK ORŁOWSKI

Wyższa Szkoła Turystyki i Języków Obcych w Warszawie

ORCID iD: 0000-0001-7859-285X

PROFESJA BARISTY I SPECYFIKA JEGO PRACY W BRANŻY KAWIARNIANEJ NA RYNKU HORECA W POLSCE

BARISTIC PROFESSION AND SPECIFICATION OF ITS WORK
IN THE COFFEE INDUSTRY ON THE HORECA MARKET IN POLAND

Wprowadzenie

Kawa jest jednym z najbardziej popularnych napojów w Polsce. Pod względem ilości jej spożycia Polacy zajmują siódme miejsce w Europie. Współcześnie ponad 80% dorosłych Polaków deklaruje regularne picie kawy, a ponad połowa czyni to w kawiarniach¹.

Rynek kawiarniany w Polsce dynamicznie wzrasta w ostatnich latach. Ekspertcy wyceniają jego wartość na 1,5 mld zł. W naszym kraju funkcjonuje ponad 5,4 tys. kawiarni. Codziennie powstają kolejne lokale gastronomiczne oferujące różne rodzaje kawy przygotowywane przez baristów. Według *Słownika języka polskiego* PWN, barista jest osobą zajmującą się zawodowo sporządzaniem różnych rodzajów kawy². Sposób jej parzenia potrafi podnieść do rangi dzieła sztuki. Zaparzoną kawę podaje gościom w naczyniach właściwych dla danego jej rodzaju. Poza wybieraniem, parzeniem oraz podawaniem kawy barista ma opanowaną *latte art* – sztukę tworzenia rysunków i wzorów na powierzchni kawy *espresso* za pomocą spienionego mleka.

Na końcowy wynik pracy baristy składa się wiele elementów: odpowiednio dobrana mieszanka ziaren kawy, stopień jej zmielenia, czas i sposób parzenia. Zanim ziarna kawy trafią do kawiarni, przechodzą kilka etapów, począwszy od ręcznego zbioru na plantacjach, usunięcia z nich łupinek metodą suchą lub moką, następnie poddaje się je procesowi fermentacji, suszeniu, sortowaniu, mieszaniu, na paleniu i pakowaniu skończywszy. Proces palenia kawy nadaje jej subtelny smak oraz aromat. Ogrzanie ziaren w czasie kilkunastu minut do temperatury 200–300°C uwalnia olejki aromatyczne zwane esencją kawową.

¹ S. Stodolak, *Wielka czarna, czyli kawiarniany szal Polaków*, <http://www.newsweek.pl/biznes/wielka-czarna-czyli-kawiarniany-szal-polakow-newsweek-pl,artykuly,284373,1.html> [04.02.2019]; *Rynek kawy*, http://research.inse.pl/images/pdf/rynek_kawy_inse_research.pdf [04.02.2019].

² <https://sjp.pwn.pl/szukaj/barista.html> [04.02.2019].

Podczas parzenia kawy olejki rozpuszczają się w wodzie, wówczas zapachy i smaki przechodzą do naparu, dając niezwykle bukiety zapachowe³.

Dwadzieścia lat temu w Polsce mało kto słyszał o zawodzie baristy, natomiast obecnie jest to praca doceniana i szanowana. Definicja profesji baristy została przedstawiona w *Krajowym standardzie kompetencji zawodowych*⁴. Zgodnie z tym dokumentem, barista to zawód o charakterze produkcyjnym, usługowym oraz artystycznym. Celem jego pracy jest parzenie i podawanie kawy oraz sporządzanie napojów kawowych. Barista dobiera właściwy gatunek kawy oraz odpowiednie proporcje składników, a także metodę parzenia – według standardów kawiarni oraz wymagań gościa. Przygotowuje kawy artystyczne, które poza walorami smakowymi wyróżniają się również efektem wizualnym. Barista zajmuje się obsługą klienta, doradza oraz udziela informacji. Jego obowiązkiem jest zachowanie technologii oraz przestrzeganie norm jakościowych, w tym ocena organoleptyczna finalnego produktu. Jest odpowiedzialny również za sprzęt i maszyny używane w pracy, utrzymywanie czystości i porządku, a także dbanie o dobry wizerunek lokalu gastronomicznego, w którym pracuje.

Celem opracowania jest przedstawienie pracy baristy we współczesnych kawiarniach i innych lokalach gastronomicznych, głównie typu uzupełniającego, prowadzących działalność na rynku HoReCa w Polsce. Zastosowano metodę badawczą w formie analizy treści (ang. *content analysis*), która jest badaniem niereaktywnym. Dokonano przeglądu źródeł wtórnych: literatury przedmiotu, doniesień branżowych oraz portali internetowych dotyczących badanego zagadnienia. Ponadto wykorzystano metodę obserwacji uczestniczącej – w odwołaniu się do aspektów praktycznych.

Rynek kawiarniany i kawowy w Polsce

W ostatnich latach na rynku gastronomicznym w Polsce obserwuje się **silny wzrost sektora kawiarnianego**, zwłaszcza kawiarni sieciowych. W 2017 r. największe sieci powiększyły liczbę placówek, a także obszar zasięgu na kolejne miasta i dzielnice. Coraz większe znaczenie w segmencie kawiarni miały stacje paliw. Fast foody systematycznie rozszerzały swoją ofertę dla kawoszy (np. McCafé), dlatego stawały się coraz częściej konkurencją dla kawiarni sieciowych.

Duże miasta Polski zaadaptowały dobre „wzorce kawowe” płynące zza granicy. Stąd powstają w nich **kawiarnie niezależne** (gastronomia indywidualna), które kładą nacisk na jakość serwowanej kawy oraz alternatywne metody jej parzenia. Działają to w dwie strony – dobre kawiarnie i wykształceni, pełni pasji bariści przekonują gości do nowych smaków. Natomiast rosnąca liczba świadomych klientów powoduje podwyższanie standardów lokali gastronomicznych oraz powstawanie nowych.

³ A. Fiedoruk, *Kawa*, Wyd. Pascal, Bielsko-Biała 2008, s. 24–26.

⁴ *Krajowy standard kompetencji zawodowych. Barista*, Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej, Centrum Rozwoju Zasobów Ludzkich, Warszawa 2013, s. 6.

Na rynku kawowym wzrasta **segment premium**, który oferuje dziesiątki rodzajów i gatunków kawy z całego świata. Dużym zainteresowaniem cieszą się **kawy smakowe**, a także te wysokogatunkowe i drogie. Filiżanka kawy w Polsce to nadal większy wydatek w stosunku do zarobków niż u naszych zachodnich sąsiadów. Niemiec zapłaci za nią 3 euro, a zarabia ponad 2 tys. euro. Polak wyda 10 zł przy zarobkach około trzech razy mniejszych. Parzenie kawy się opłaca, bo koszt surowca to jedynie 25% ceny filiżanki w detalu. Większość kosztów generuje prowadzenie samego lokalu, zwłaszcza w prestiżowej lokalizacji, np. w galerii handlowej. Najbardziej jednak sprzedaż kawy opłaca się „przy okazji”, na stacjach benzynowych albo właśnie w cukiernio-piekarniach. Obserwuje się wzrost sieci kawiarnio-lodziarni marki Grycan oraz Cukierni Sowa, gdzie także sprzedawana jest kawa i napoje kawowe.

Rynek kawiarniany w dużych miastach Polski zdominowały **kawiarnie sieciowe**, czyli kawiarnie należące do gastronomii systemowej (sieciowej). W porównaniu z tymi przynależnymi do gastronomii indywidualnej różnią się one zasadami i filozofią działania. Ich strategia marketingowa oparta jest na oferowaniu standardowego produktu, stosowaniu jednakowej dla całej sieci reklamy oraz scentralizowanego zaopatrzenia i dystrybucji. Kawiarnie sieciowe (systemowe) charakteryzują się nowoczesnym zarządzaniem – koncepcja ich funkcjonowania jest dokładnie opracowana, docelowi klienci-goście i ich upodobania są sprecyzowane oraz zbadane, a asortyment potraw i napojów jest ściśle określony, oparty na specjalizacji⁵.

Kawiarnie sieciowe charakteryzują się szybkim rozwojem potencjału usługowego. Ich oferta gastronomiczna oparta jest przede wszystkim na szerokim, zróżnicowanym asortymencie kaw i napojów kawowych. Dodatkowo udostępniają szeroką gamę innych napojów, takich jak: herbaty, świeżo wyciskane soki, zimne napoje, czekolady na gorąco, oraz ciast, kanapek i przekąsek. Klienci-konsumenci mogą nabyć w nich firmowe filiżanki, kubki, opakowania kawy ziarnistej bądź mielonej oraz inne produkty związane z kulturą picia kawy⁶.

Kawiarnie sieciowe mają na celu stworzenie warunków do miłego spędzenia wolego czasu, w których aspekty towarzyskie przeważają nad żywieniowymi. Styl oraz aranżacja wnętrza stanowią ważne elementy budowania charakteru oraz atmosfery tych lokali gastronomicznych typu uzupełniającego. Kawiarnie sieciowe cechuje duża elastyczność w zakresie wielkości i wyboru lokalizacji. Dlatego aby umożliwić jak największej liczbie osób skorzystanie z ich usług, najczęściej zlokalizowane są w miejscach o dużym natężeniu ruchu, takich jak centra handlowe, główne arterie, dworce kolejowe i autobusowe czy lotniska⁷.

Na polskim rynku pierwszą kawiarnią sieciową była **Coffee Heaven**, która powstała w 1999 r. Szybko odniosła sukces – rozwijała się dynamicznie i otwierała kawiarnie

⁵ M. Świątkowska, S. Okraska, *Działania promocyjne kawiarni sieciowych i ich ocena w świetle badań konsumentów*, „Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego. Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej” 2016, nr 113, s. 66.

⁶ Ibidem, s. 67.

⁷ J. Sala, *Podsystemy rynku usług gastronomicznych w gospodarce rynkowej*, „Food Service” 1999, 7, s. 35.

w dużych miastach. W 2010 r. została sprzedana za 170 mln zł brytyjskiemu potentatowi **Costa Coffee**. Obecnie na naszym rynku kawiarnianym „sieciovka” ta zajmuje pierwsze miejsce pod względem liczby lokali. W 2009 r. pojawiła się amerykańska firma **Starbucks**. Pozycję numer trzy zajmuje sieć **Green Caffè Nero**, która rozwija się bardzo dynamicznie na warszawskim rynku kawiarni sieciowych.

Wśród kawiarnianych „sieciovek” w Polsce nieustannie niezagrożoną pozycję utrzymuje marka **Costa Coffee**, która dysponowała w 2017 r. **144 kawiarniami**. Pojawiła się ona także w takich miastach, jak Olsztyn czy Lublin. Lokale z tym logo działały w 21 miastach w Polsce. Sieć zamierza otwierać kawiarnie także w miastach z liczbą mieszkańców w przedziale 100–200 tys. Kilka lat temu głównie mieszkańcy największych miast korzystali często z kawiarni sieciowych. Teraz obserwuje się taki sam trend w mniejszych miejscowościach.

Starbucks rozpoczął rok 2018 z **64 lokalami**. Działa w 10 miastach: Warszawie, Krakowie, Poznaniu, Wrocławiu, Katowicach, Łodzi, Szczecinie, Gdańsku, Gdyni i ostatnio zdobytym nowym rynku – Bydgoszczy. W Łodzi sieć otworzyła swoją największą w kraju, dwupoziomową kawiarnię. Od kilku lat utrzymuje stałe tempo rozwoju w Polsce, które oscyluje w granicach 12 otwarć lokali rocznie. Nowym trendem wprowadzonym przez tę markę są **kawiarnie w formacie „drive-thru”** dla zmotoryzowanych – lokale wyposażone w okienko, przy którym kierowcy zamawiają kawę na wynos, nie wychodząc z samochodu.

Znaczny skok pod względem liczby lokali odnotowało **Green Caffè Nero**. Sieć zakończyła 2017 r. z **58 kawiarniami** – 53 w Warszawie, 2 w Krakowie i 3 we Wrocławiu. To właśnie Wrocław okazał się nowym, najciekawszym kierunkiem rozwoju sieci. Green Caffè Nero chce na stałe zagościć w tym nowoczesnym europejskim mieście, tętniącym życiem. Pierwsza wrocławska kawiarnia sieciowa wystartowała w sierpniu 2017 r. w Galerii Dominikańskiej. Dwa tygodnie od jej otwarcia marka pojawiła się na placu Kościuszki, następnie w Galerii Handlowej „Wroclavia”.

Na uwagę zasługuje ponadto rozwój wrocławskiej **Etno Cafe**, która 2017 r. zakończyła z liczbą **14 kawiarni**. Pod tym logo pojawiło się 7 nowych lokalizacji, co oznacza, że marka podwoiła liczbę placówek. Oprócz Wrocławia kawy Etno można się napić w Warszawie, Poznaniu, Lesznie i Szczecinie. Sieć serwuje nie tylko kawy przygotowywane przy użyciu ekspresów kolbowych, ale także zaparzone alternatywnymi metodami.

Kawiarnie sieciowe wyznaczają trendy, ale tylko w wielkomiejskim krajobrazie. Małomiasteczkowy klient, który też lubi kawę, musi sobie radzić inaczej. Dla niego kawiarnianym salonem stały się stacje benzynowe. Dlatego w 2017 r. widać było olbrzymi wzrost znaczenia **stacji paliw** jako miejsca, gdzie konsumenci mogą kupić kawę (barek kawowy). Costa Coffee pręźnie rozwijała koncept **„Costa Express z siecią kawomatów”**. Dysponuje 218 maszynami zlokalizowanymi na stacjach paliw i w sklepach.

Próbę wejścia na stacje benzynowe podjął również Starbucks z projektem **„Starbucks on to go”**. Pierwsze takie punkty zostały uruchomione na 8 stacjach paliw Shell. O tym, jak bardzo jest to perspektywiczny segment, świadczą m.in. sukcesy **Wild Bean Cafe**, która obecna jest na stacjach BP. Sieć ta w 2017 r. otworzyła 400. „kawiarenkę”. Tym samym

wyprzedziła sieć McDonald's, jeśli chodzi o liczbę punktów gastronomicznych z kawą na wynos. Rozwój rynku **coffee barów w systemie „coffee to go”** (czyli „kawa w kubkach na wynos”) widoczny jest zwłaszcza w kontekście znaczącego wzrostu liczby punktów kawiarnianych firm sieciowych przy stacjach paliw. Z badań ARC Rynek i Opinia wynika, że Polacy najwięcej kawy wypijają właśnie na stacjach paliw (na pierwszym miejscu – dom)⁸. Zakaz handlu w niedziele jeszcze bardziej umocnił pozycję stacji benzynowych na kawowym rynku⁹.

Rozwój rynku kawiarnianego w branży HoReCa uzależniony jest od zainteresowania konsumentów ofertą serwowania kawy i napojów kawowych. Z obserwacji własnych wynika, że wśród klientów wzrasta popularność kawiarni sieciowych i sprzedawanych tam różnych rodzajów kawy wraz z dodatkami. Kupowanie markowej kawy, mimo jej wysokich cen, wpisuje się w styl życia Polaków, zwłaszcza tych z pokolenia milenialsów (czyli tzw. pokolenia Y). Kawa jest stałym elementem życia „korpuldków”, studentów, hipsterów, biznesmenów i młodych mam (tzw. matek-Polek z podwójnymi wózkami). Jednakże należy zaznaczyć, że Polacy wypijają napar z zaledwie **3 kg kawy rocznie** (dla porównania: Włosi z 5, Niemcy z 9, a Szwedzi z ponad 10 kg), ale **wartość polskiego rynku kawiarnianego** wynosi prawie **6 mld zł**¹⁰.

Mimo że coraz więcej osób wybiera kawiarnie sieciowe jako miejsca, w których najczęściej piją kawę, to istnieje grupa bardziej świadomych konsumentów – „smakoszy” kawy, którzy chętnie wybierają **lokalne kawiarnie**. Wybór niezależnych lokali kawiarnianych to wyraz ogólnoświatowego trendu *slow life*. Coraz większa grupa polskich klientów chętniej żyje zgodnie z „zasadami powolności”, identyfikuje się ze swoim regionem, miastem, dzielnicą i wspiera świadomie przedsiębiorców tam działających – właścicieli kawiarni, cukiernio-piekarni itp.

Goście odwiedzający kawiarnie sieciowe w Polsce najczęściej wybierają **kawę latte**. Szczegółowe dane przedstawiono na rysunku 1. Należy zauważyć, że klienci kawiarni sieciowych zdecydowanie częściej sięgają po łagodne kawy z mlekiem. Klasyczne *espresso* wybiera zaledwie 1/4 spośród osób pijących kawę w kawiarniach sieciowych. Podobne wartości przedstawione są w badaniu ARC Rynek i Opinia (rysunek 2).

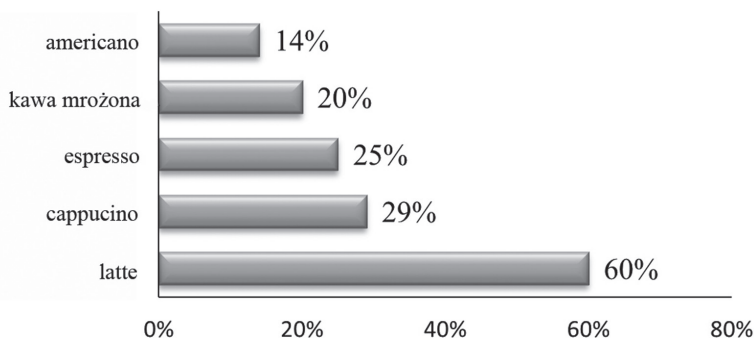
Wyniki badań zamieszczonych w raporcie z 2018 r. *Rynek gastronomiczny w Polsce* pokazują, że kawy na bazie mleka najbardziej popularne są w młodszych grupach wiekowych. Dla przykładu kawę mrożoną trzykrotnie częściej wybierają nastolatki niż osoby po 30. roku życia. Również kawa typu *flat white* jest dwukrotnie częściej kupowana przez najmłodsze grupy wiekowe niż te powyżej 30 lat¹¹.

⁸ Badanie Café Monitor 2018, ARC Rynek i Opinia, <https://arc.com.pl/Mlodzi-w-kawiarniach-blog-pol-1535060713.html> [04.02.2019].

⁹ J. Solska, *Rozkosze kawosza*, <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/rynek/1742908,1,wojny-kawiarniane.read> [04.02.2019].

¹⁰ Ibidem.

¹¹ *Raport 2018. Rynek gastronomiczny w Polsce*, lipiec–sierpień 2018, s. 90, www.horecanet.pl [04.02.2019].



Rys. 1. Najczęściej kupowane napoje kawowe w kawiarniach sieciowych w Polsce w 2015 r.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Rynek gastronomiczny w Polsce. Raport 2015*, https://issuu.com/brogmarketing/docs/rg_2015 [04.02.2019].

NAJCZĘŚCIEJ WYBIERANY RODZAJ KAWY W KAWIARNIACH



ŹRÓDŁO: ARC RYNEK I OPINIE

Rys. 2. Najczęściej wybierany rodzaj kawy w kawiarniach

Źródło: Badanie Café Monitor 2018, ARC Rynek i Opinia, <https://arc.com.pl/Mlodzi-w-kawiarniach-blog-pol-1535060713.html> [04.02.2019].

Zamawiając kawę, klienci najczęściej kupują do niej ciastko lub ciasto, znacznie rzadziej kanapki lub inne przekąski. Osoby korzystające z oferty pozakawowej kawiarni to przede wszystkim osoby młode, ich odsetek jest niemal dwukrotnie wyższy w porównaniu z klientami powyżej 20. roku życia. Młodzi ludzie najczęściej jako dodatek do kawy wybierają: desery, napoje na bazie mleka, soki czy inne napoje gorące¹².

Warto także zwrócić uwagę na różnice w oczekiwaniach względem kawiarni sieciowych ze strony różnych pokoleń klientów. Badania zamieszczone w *Raporcie gastronomicz-*

¹² Ibidem, s. 90.

nym z 2018 r. pokazują, że młodzi konsumenci mają w pewnej części inne oczekiwania niż osoby starsze. Dla tych pierwszych ważna jest szeroka oferta pozakawowa i dużo miejsca do siedzenia, ponieważ przychodzą do kawiarni głównie po to, by spotkać się ze swoimi znajomymi. Natomiast u osób powyżej 30. roku życia największe znaczenie ma możliwość relaksu w kawiarni. W związku z tym ważne jest to, aby w lokalu znajdowały się zarówno duże stoły dla grup, jak i niewielkie, w bardziej spokojnych miejscach dla osób szukających odpoczynku¹³.

Zawód baristy i specyfika jego pracy w lokalu gastronomicznym

Rozwój kawiarni sieciowych sprawił, że z kawiarni zniknęli kelnerzy, a zastąpili ich bariści. Okazało się, że gościom niekoniecznie trzeba podać napój kawowy do stolika. Bardzo ważne natomiast okazało się dostarczenie im nowych wrażeń, zaprezentowanie *show* przy okazji przygotowywania kawy oraz rozmowa z nimi. Dlatego młodych baristów, poza technikami parzenia kawy, edukuje się w zakresie sztuki konwersacji. Istotne jest to, aby zapamiętywali stałych klientów, witali ich po imieniu, nawiązywali relację barista–gość. A na rynku kawiarnianym utrzymują się tylko te kawiarnie, które mają wielu stałych klientów.

Przeszkolony barista posiada wiedzę i umiejętności z zakresu znajomości gatunków kawy, sposobów jej przyrządzania, przygotowywania artystycznych kaw (warstwowych itp.), zasad prawidłowego dbania o ekspres do kawy, rozróżniania rodzajów mleka, obsługi klienta. Najczęściej w kawiarniach sieciowych szkoleni są studenci, bo to oni głównie dorabiają jako bariści. Gdy stają się mistrzami w swoim fachu, kończą studia i często rezygnują z pracy w kawiarni. Jednakże zdarzają się pasjonaci parzenia kawy, którzy zajmują się tym zawodowo, startują w konkursach baristycznych, zdobywają tytuły Mistrza Polski Baristów czy Mistrza Świata Baristów (WBC – *World Barista Championship*). Z czasem stają się trenerami baristów, zyskują tytuł sędziego międzynarodowych zawodów baristów. Przykładem jest Agnieszka Rojewska, która jako młoda baristka wzięła udział w Olimpiadzie Kawy organizowanej przez Apro Trade/Akademię Kawy oraz MT Targi Polska. W konkursie tym zmagania baristów odbywają się przy pełnej widowni. Zawody rozgrywane są w różnych dyscyplinach, z których niektóre wymagają większego skupienia, jak choćby „Caffe latte and macchiato art”, a niektóre błyskawicznego działania i refleksu, jak „Espresso na czas”. Obecnie Agnieszka Rojewska prowadzi szkolenia i warsztaty, m.in. „Jak wygrać Mistrzostwa Barista”.

Barista jest mistrzem ceremonii przyrządzania kawy. Zna się na odpowiednim jej przechowywaniu, mieleniu, przyrządzaniu oraz serwowaniu. Powinien zaparzyć doskonałe *espresso*, a także przygotować wszelkie kawy na jego bazie, np. *cappuccino* bądź *latte*. Barista powinien również dbać o swój warsztat pracy, wiedzieć, jak działa ekspres, młynek oraz wszelkie służące do pracy akcesoria. Musi wiedzieć oraz rozumieć, co się dzieje

¹³ Ibidem, s. 91.

na każdym etapie przygotowywania kawy, a także jakie ma to znaczenie dla uzyskania najlepszego efektu końcowego¹⁴.

Kolejnym zadaniem baristy, w ostatnim czasie coraz bardziej docenianym, jest tzw. **latte art**, czyli sztuka tworzenia artystycznych wzorów na powierzchni mlecznej pianki zabarwionej na brązowo mikropianką z *espresso*. Namalowanie rozety czy kilku innych podstawowych wzorów nie jest bardzo trudne, ale i tak wymaga wprawnej ręki, a także dużego doświadczenia. Zarówno kawa, jak i mleko są specjalnie przygotowywane. Mleko jest spieniane gorącą parą, do wykonywania wzorów używa się mlecznej pianki, którą nanosi się na powierzchnię kawy. Trwałość wzoru zależy od jakości maszyny do parzenia oraz doświadczenia baristy. Kawiarnie poszukują baristów, którzy potrafią sprostać nowym zadaniom, aby przyciągnąć oraz zatrzymać u siebie klientów. Tacy bariści znają podstawowe zasady *latte art*:

1. dobór właściwego mleka do pracy i jego temperatura;
2. technika *freepour* – tworzenie wzorów, lejąc mleko na *espresso*;
3. trzy podstawowe wzory: serce, rozeta, tulipan;
4. technika *etching* – tworzenie wzorów za pomocą dodatków;
5. *Latte Art Pen*, sosy czekoladowe, posypki.

Kolejną dziedziną, która również zyskuje na znaczeniu, jest **sztuka łączenia kawy z różnego rodzaju alkoholami**. Tak zwane **drinki kawowe**, które są podawane w finyzyjnych naczyniach, nierzadko z dodatkiem owoców, także przyczyniają się do wzbogacenia oferty lokalu gastronomicznego. Warto zauważyć, że jeden z polskich baristów zdobył uznanie na międzynarodowych zawodach, przygotowując drink na bazie *espresso* połączonego z żubrówką, musem jabłkowym i śmietanką. Wszystko zależy od fantazji, umiejętności oraz wiedzy dotyczącej łączenia różnych, często zupełnie odmiennych, smaków¹⁵.

Dobry barista to w głównej mierze miłośnik kawy, jej zapachu, aromatu oraz smaku. Musi codziennie poszerzać swoją wiedzę oraz pielęgnować w sobie pasję do tego, co robi. Klient odwiedzający kawiarnię powinien od razu odczuć, że człowiek, który robi dla niego kawę, to prawdziwy fachowiec i pasjonat, dla którego kawa to coś wyjątkowego¹⁶.

Jakość kawy ma istotne znaczenie. Barista wie, że ta cecha dzieli się na kilka podstawowych kategorii:

- **specjalty** (najwyższa jakość, *gourmet*) – do 5 drobnych defektów;
- **premium** (bardzo dobra) – do 8 defektów, możliwy poważny defekt;
- **exchange** (dobra) – do 23 defektów, możliwe poważniejsze defekty;
- **below standard** (poniżej standardu) – do 86 defektów, możliwe poważniejsze defekty;
- **off** (zła, odpad) – powyżej 86 defektów, możliwe poważniejsze defekty¹⁷.

¹⁴ Szerzej: A. Oleksak, *Jak smakuje mistrzowskie espresso*, „Food Service” 2019, nr 2(182), s. 24.

¹⁵ A. Gróźewska, *Kawa, biblia prawdziwych pasjonatów, wszystko co o kawie warto wiedzieć*, „Czas na Wnętrze” 2014, 1, s. 18.

¹⁶ Ibidem, s. 29.

¹⁷ I. Graboń, *Kawa. Instrukcja obsługi najpopularniejszego napoju na świecie*, Wyd. Otwarte, Kraków 2017, s. 14.

Wypalone ziarna kawy badane są w *cuppingu*, czyli ocenie sensorycznej. Na tym etapie barista ocenia aromat wypalonych ziaren, *flavor* (smakowitość – połączenie smaku z aromatem), posmak, kwasowość, słodycz, cielistość, balans. Próbkę kawy może zdobyć maksymalnie 100 punktów. Aby można było ją zaliczyć do kategorii *specialty*, musi otrzymać przynajmniej 80 punktów. Ocena poniżej tej wartości oznacza spadek kawy do kategorii *premium*¹⁸.

Włosi twierdzą, że przygotowanie idealnego *espresso* związane jest z przestrzeganiem **zasady 4 M**, czyli należy zadbać, aby na najwyższym poziomie były: *miscela* – kawa, *macinadosatore* – młynek, *macchina* – ekspres, *mano*, czyli wprawna ręka. Wszystkimi tymi elementami zajmuje się barista, czyli dopilnowuje jakości kawy, odpowiednio ją mieli (tuż przed zaparzeniem), następnie zaparza w ekspresie ciśnieniowym (oczywiście kolbowym, nie automatycznym) lub stosuje alternatywną metodę parzenia oraz podaje klientowi¹⁹. Bariści znają też **zasadę 5 M** dotyczącą przygotowywania perfekcyjnego wywaru kawowego, poszerzoną o piąty element w porównaniu z zasadą 4 M, czyli następująco wyróżnia się:

1. *miscela* (mieszanka) – jakość ziarna, świeżość;
2. *macinadosatore* – rodzaj ziarna, stabilność dozowania;
3. *macchina espresso* – rodzaje, powtarzalność, temperatura i czas parzenia;
4. *mano* (ręka) – grubość zmielenia, podekstracja i nadekstracja;
5. *manutenzione* (konserwacja).

Reasumując, profesja baristy wymaga specjalnych umiejętności i predyspozycji. Praca ta polega na przeprowadzaniu procesu ekstrakcji kawy oraz podawaniu jej w specjalny sposób. Zanim ziarna kawy trafią do kawiarni, muszą przebyć bardzo długą drogę, która rozpoczyna się na plantacjach, często w odległych zakątkach świata. O ostatecznym smaku naparu decyduje wiele czynników. Niezwykle ważną rolę w tym procesie odgrywa barista, który dzięki swoim zdolnościom może nadać temu napojowi wyjątkową formę, smak i aromat.

Chcąc stać się profesjonalnym baristą, należy mieć dużą wiedzę na temat kawy oraz procesu jej parzenia. Niezbędne są też umiejętności, które można zdobyć podczas specjalnych kursów baristycznych. Obierając tę ścieżkę kariery, warto stale się dokształcać i szukać możliwości rozwoju. W Polsce zawód ten nie jest jeszcze zbyt popularny, stąd też warto się nim zainteresować ze względu na wzrost oraz rozwój rynku kawowego i kawiarnianego.

Sztuka parzenia kawy w naszym kraju nie jest jeszcze tak doceniana, jak np. we Włoszech, w związku z czym profesja baristy nie należy do najprostszych. Wiele osób z branży HoReCa twierdzi, że jest to hobby, zamiłowanie, ale nie sposób na życie. Karierę baristy wybierają zazwyczaj osoby, dla których zgłębianie tajemnic przyrządzania aromatycznego napoju z ziaren kawy jest pasją, dlatego też ogromną zaletą tej pracy jest przyjemność płynąca z poszerzania swoich zainteresowań. Dla wielu osób dużą zaletą

¹⁸ Ibidem, s. 15.

¹⁹ A. Gróźewska, op. cit., s. 29.

jest także kontakt z ludźmi, możliwość pracy w prestiżowych lokalach gastronomicznych, czy dodatki do wypłaty w postaci napiwków. Wadą jest praca zmianowa, konieczność pracy często przez wiele godzin na stojąco, niskie zarobki oraz stres, jaki może wynikać z kontaktów z trudnymi klientami.

Techniki i metody parzenia kawy przez profesjonalnych baristów

Barista ma możliwość przyrządzania kawy oraz doprawiania jej na wiele sposobów, tak aby dogodzić gustom największych smakoszy. Podstawą wszystkich metod sporządzania naparu z kawy jest zanurzenie w gorącej wodzie zmielonych ziaren kawowych²⁰.

Metody parzenia kawy dzieli się na:

- **ekspresowe** – przyrządzane z użyciem ekspresów: przelewowego, ciśnieniowego (ręcznego, automatycznego), ciśnieniowo-przelewowego;
- **bezekspresowe** – przy użyciu alternatywnych metod parzenia, do których należą: kafieterka (kawiarka), *aeropress*, *dripper* (drip V60), chemex, *frenchpress*, syfon, kalita, *cold brew*.

Ekspres przelewowy i ciśnieniowy automatyczny są najczęściej wybieranymi urządzeniami do parzenia kawy w domu. Ten pierwszy należy do najprostszych urządzeń służących do przygotowania kawy. Urządzenie jest bardzo łatwe w użyciu. Wystarczy do specjalnego filtra wsypać zmielone ziarna, a do zbiornika wlać wodę, żeby w stosunkowo krótkim czasie przygotować pełen dzbanek napoju. W zależności od ilości wsypanego proszku kawowego można przyrządzić mocniejszy bądź słabszy napar. Zaparzona kawa w dzbanku cały czas pozostaje ciepła, ponieważ podgrzewa ją specjalna płytka znajdująca się pod dzbankiem. Daje to możliwość wypicia 2–3 filiżanek kawy bez ponownego zaparzania.

Automatyczny ekspres ciśnieniowy ma wbudowany młynek oraz zbiornik na wodę i fusy, dzięki czemu jest bardzo wygodny w użyciu i można go postawić w dowolnym miejscu. Woda podgrzewana jest w nim przez tzw. termobloki, czyli przepływowe podgrzewacze. W małych urządzeniach stosuje się zazwyczaj jeden termoblok, który jest stosowany w celu podgrzewania wody do *espresso* (ok. 90°C), herbaty (ok. 98°C) oraz do spieniania mleka (ok. 100°C). Ekspresy automatyczne służą do przygotowywania głównie *espresso*, jednakże dostępne są modele z automatycznym systemem spieniającym mleko, co daje możliwość przyrządzenia *cappuccino* lub *caffè latte*.

Ciśnieniowy ekspres kolbowy półprofesjonalny lub profesjonalny jest przeznaczony do kawiarni, barów kawowych i innych lokali gastronomicznych, w których pracuje barista. Sprzęt ten dzięki odpowiedniej budowie jest bardziej niż domowe urządzenia do parzenia kawy stabilny temperaturowo, co powoduje, iż jest także bardziej wydajny oraz umożliwia uzyskanie wyższej jakości naparu²¹. Woda do *espresso*, a także para

²⁰ A. Fiedoruk, *Kawa bez tajemnic*, Instytut Wydawniczy Kreator, Białystok 2004, s. 119.

²¹ M. Rusnarczyk, *Sekrety kawy. Poradnik dla amatorów i profesjonalistów*, Wyd. Bernardinum, Pelplin 2014, s. 68.

wodna uzyskiwane są poprzez system bojlerów bądź bojlera i wymienników ciepła. Daje to możliwość przyrządzenia kawy oraz spienienia mleka w tym samym czasie²². Jedną z kluczowych różnic pomiędzy urządzeniem profesjonalnym i półprofesjonalnym jest rodzaj użytej pompy. W ekspresie półprofesjonalnym stosowane są pompy wibracyjne, takie jak w urządzeniach domowych, natomiast w profesjonalnym używane są pompy rotacyjne, które wytwarzają stałe ciśnienie, dzięki czemu uzyskuje się najlepsze *espresso*. Urządzenia półprofesjonalne mają, tak samo jak urządzenia do użytku domowego, zbiornik na wodę i zamkniętą tackę ociekową, profesjonalne zaś są bezpośrednio podłączone do wody i odpływu²³.

Poza metodami parzenia kawy w ekspresie istnieje również wiele **metod alternatywnych**, które zna profesjonalny barista i wykorzystuje je w swojej pracy, zwłaszcza w kawiarniach niezależnych. Jedną z nich jest zaparzanie kawy w **kafieterce (kawiarence)**. Kafietarka powstała jako alternatywa dla ekspresu, po to by maksymalnie uprościć proces przygotowywania aromatycznej kawy. Kawiarka została skonstruowana przez włoskiego rzemieślnika Alfonso Bialettiego w 1919 roku. Obecnie można ją spotkać w wielu domach, szczególnie w Europie, a swoją popularność zyskała przede wszystkim dzięki niskiej cenie oraz prostocie w przygotowywaniu naprawdę dobrego naparu²⁴. Parzenie kawy w kawiarence jest bardzo proste, natomiast wybór kawy, jeżeli chodzi o tę metodę parzenia, jest bardzo szeroki i zależy od indywidualnych preferencji. Zazwyczaj używa się mieszanek do *espresso*, ale można również wypróbować ziarna przeznaczone do metod alternatywnych – jasno wypalone. Nie poleca się jednakże używania gotowej kawy mielonej, ze sklepowych półek, ze względu na zbyt drobno zmielone ziarna²⁵.

Kolejną alternatywną metodą parzenia kawy jest **aeropress**. To jedno z najmłodszych urządzeń służących do zaparzania kawy. Zostało wprowadzone na rynek w Stanach Zjednoczonych w 2005 r. przez firmę Aerobie²⁶. Cały proces parzenia kawy tą metodą zajmuje tylko kilka minut. Urządzenie składa się z tłoka, sitka z filtrem i cylindra, przez który przeciska się gotowy już napar kawy. Użycie tego urządzenia wymaga wytworzenia ciśnienia na kawie za pomocą tłoka, który jest górną częścią urządzenia. Do przygotowania naparu najlepiej używać kaw przeznaczonych do alternatywnych metod parzenia, czyli o jasno palonych ziarnach. Grubość mielenia ziaren powinna być dość drobna²⁷.

Dripper jest łatwym i ciekawym sposobem na parzenie kawy metodą przelewową. Nazwa tego urządzenia wzięła się z języka angielskiego – od słowa *drip*, czyli przelewać, a najpopularniejszym modelem jest dripper „Hario V60”, japońskiej marki Hario Glass Corporation, istniejącej na rynku od 1921 r. Jest to najbardziej klasyczna metoda przygotowywania kawy. Podkreśla zalety ziarna, wydobywa kwasowość oraz owocowe aromaty.

²² Sz. Jackowski, *Kawa. Sekrety parzenia. Porady. Przepisy*, Wyd. SBM, Warszawa 2014, s. 17.

²³ M. Rusnarczyk, op. cit., s. 68.

²⁴ Ibidem, s. 42.

²⁵ Sz. Jackowski, op. cit., s. 12.

²⁶ M. Rusnarczyk, op. cit., s. 58.

²⁷ K. Rzyman, A. Bielicki, *Przewodnik po warszawskich kawiarniach – Varsavia Coffee Spots*, Wyd. Storming the city, Warszawa 2017, s. 152.

Jest to stożkowy filtr, wykonany ze szkła, metalu, porcelany, a również plastiku. Warto wiedzieć, że każdy z materiałów ma inne właściwości. Żłobienia we wnętrzu drippera powodują doskonały przepływ wody oraz wydobywają z kawy pełnię aromatów²⁸.

Chemex to urządzenie, które służy do zaparzania kawy metodą przelewową. Został stworzony w 1941 r. przez Petera Schlumbohma, który szukał metody na wydobycie jak największej ilości aromatów z naparu. Zasada przygotowania kawy w chemexie jest podobna do parzenia w dripperze. Zasadniczą różnicą pomiędzy tymi dwoma urządzeniami jest ich budowa. W przypadku pierwszego mamy do czynienia z kompletnym urządzeniem, przez co jest ono wygodniejsze, w szczególności podczas parzenia większej ilości kawy. Filtry są wykonane z grubego papieru, złożone na cztery części koło bądź kwadrat. Po włożeniu do urządzenia z jednej strony mamy pojedynczy, natomiast z drugiej – potrójny filtr. Użycie takiego filtra powoduje, że kawa ma jeszcze bardziej czysty smak oraz większą zawartość kofeiny²⁹. Chemex podbił serca wielu kawoszy – co więcej, jest coraz bardziej popularny zarówno w kawiarniach, jak i w domach. Przez ponad 70 lat swojego istnienia stał się przedmiotem wręcz kultowym. Pojawia się w książkach, filmach oraz serialach. Dodatkowo warto zwrócić uwagę na to, że został on wybrany przez Instytut Technologii w Illinois jako jeden ze 100 najlepiej zaprojektowanych produktów współczesnych czasów³⁰.

Następne spośród klasycznych urządzeń do parzenia kawy to **frenchpress**, czyli praska francuska. Urządzenie to zostało po raz pierwszy opatentowane w 1929 r. przez włoskiego projektanta Attilia Calimaniego, zaś obecną jego wersję rozpropagował w Europie w 1958 r. Faliero Bondanini. Frenchpress jest bardzo popularną metodą przygotowywania aromatycznego napoju przede wszystkim ze względu na szybką oraz łatwą obsługę. Do praski wsypuje się kawę, dość grubo zmieloną, zalewa wodą, miesza i chwilę czeka³¹.

Syfon to kolejne urządzenie wykorzystywane do parzenia kawy. Został on skonstruowany w 1930 r. i do tej pory uznawany jest przez wielu specjalistów za najlepszy sposób przygotowania kawy. Jego budowa powoduje, że parzenie jest niezwykle widowiskowe³². Wiąże się ono z obowiązkowym użyciem wrzącej wody, która później poprzez próżnię jest zaciągana do komory, w której następuje prawidłowe parzenie kawy. Ciśnienie wywołane przez różnicę temperatur powoduje późniejszą ekstrakcję kawy do dolnego pojemnika. Kawa parzona przy użyciu syfonu jest bardzo intensywna i aromatyczna³³.

Kalita to metoda, która w ostatnim czasie zyskała wielu zwolenników. Płaskodenny dripper jest doceniany przez wielu baristów ze względu na wysoką powtarzalność oraz konstrukcję filtra, która zapobiega przyklejaniu się kawy do ścianek drippera³⁴.

²⁸ M. Rusnarczyk, op. cit., s. 50.

²⁹ Ibidem, s. 54.

³⁰ Sz. Jackowski, op. cit., s. 13.

³¹ M. Rusnarczyk, op. cit., s. 46.

³² Ibidem, s. 62.

³³ K. Rzyman, A. Bielicki, op. cit., s. 154.

³⁴ Ibidem, s. 153.

Stosunkowo mało popularnym sposobem na „parzenie” kawy jest **cold brew**, czyli napój przygotowywany bez użycia gorącej wody. Do jego otrzymania potrzebna jest jedynie woda, kawa, młynek, naczynie, w którym będzie zachodziła maceracja, oraz filtr. To, co może zniechęcać w tej metodzie, to fakt, że na kawę trzeba czekać długie godziny. Dzięki temu, że kawa *cold brew* ma niższy poziom kwasowości, jest również słodsza w smaku, a także bardzo orzeźwiająca³⁵.

Typy kaw i napojów kawowych przyrządzanych przez baristę w lokalu gastronomicznym

W kawiarni, barze kawowym i innych lokalach gastronomicznych, w których barista zaparza i serwuje kawę oraz napoje kawowe, klienci-goście znajdują wiele ich rodzajów podawanych w charakterystyczny sposób oraz z różnymi dodatkami. Poniżej (tab. 1) dokonano przeglądu najczęściej spotykanych typów kaw dostępnych w kawiarniach i innych lokalach gastronomicznych.

Tabela 1. Zestawienie kaw i napojów kawowych oraz ich krótka charakterystyka

Kawy i napoje kawowe		
Lp.	Nazwa	Charakterystyka
1.	<i>espresso</i>	Jest to napar przygotowywany z drobno zmielonych ziaren kawy w specjalnym ekspresie. Nazwa najprawdopodobniej wywodzi się od włoskiego przymiotnika <i>espressivo</i> , czyli „wyrzasty”. To doskonałe określenie charakteru tej kawy – wyrzasty smak, zapach oraz barwa. Typowe włoskie <i>espresso</i> parzy się najczęściej z mieszanki różnych gatunków kaw. Na powierzchni dobrze zaparzonej kawy unosi się gęsta orzechowo-brązowa pianka ³⁶
2.	<i>ristretto</i>	Jest to <i>espresso</i> o podwójnej mocy. Przygotowuje się je również w ekspresie, ale przy wykorzystaniu dwa razy mniejszej ilości wody niż przy parzeniu <i>espresso</i> . Taki sposób przygotowania sprawia, że napar ma intensywny, ale dosyć cierpki smak. To właśnie ze względu na ten specyficzny smak jest uważane za napój koneserów ³⁷
3.	<i>americano</i>	Jest to kawa przygotowywana przy użyciu ekspresu ciśnieniowego. Prawidłowym sposobem przyrządzenia tego napoju jest dopełnienie <i>espresso</i> gorącą wodą ³⁸
4.	<i>lungo</i>	Jest to przedłużone <i>espresso</i> . <i>Lungo</i> po włosku oznacza „długo”, a nazwa wywodzi się od przedłużonego <i>espresso</i> , czyli charakterystycznego sposobu parzenia. Przygotowuje się ją jak <i>espresso</i> , jednak po uzyskaniu około 25–30 ml ekstraktu nie przerywa się zaparzania, tylko kontynuuje, aż do uzyskania 50–60 ml, przez co kawa jest delikatniejsza ³⁹

³⁵ Ibidem, s. 157.

³⁶ 10 najpopularniejszych typów kawy. Poznaj rodzaje kaw w kawiarniach, <https://www.garneczki.pl/blog/10-najpopularniejszych-sposobow-podawania-kawy/> [16.05.2018].

³⁷ *Espresso, cappuccino, latte, americano... Czym się różni kawa od kawy?*, <https://kawowy.guru/espresso-cappuccino-latte-americano-czym-sie-rozni-kawa-od-kawy/> [16.05.2018].

³⁸ M. Rusnarczyk, op. cit., s. 92.

³⁹ A. Gruzewska, op. cit., s. 64.

Kawy i napoje kawowe

Lp.	Nazwa	Charakterystyka
5.	<i>cappuccino</i>	Jest to dobrze znany włoski napój kawowy, którego głównymi składnikami są espresso oraz spienione mleko. Do <i>cappuccino</i> używa się około 100 ml mleka, które po spienieniu powinno mieć 125 ml objętości. Przygotowany napój ma według włoskich standardów 150 ml. Mleczna pianka na powierzchni ma 1–2 cm grubości i jest całkowicie pozbawiona pęcherzyków powietrza, ma kremową konsystencję
6.	<i>caffè latte</i>	Jest to wyjątkowo mleczna i łagodna kawa, która zyskała popularność wśród ludzi na całym świecie. W napoju tym niezwykle ważna jest kolejność dodatkowych składników. Jeżeli do kawy dodawany jest smakowy syrop, należy dodać go na początku, na sam spód szklanki. Kolejne składniki to porcja <i>espresso</i> zalana gorącym, mocno spienionym mlekiem ⁴⁰
7.	<i>macchiato</i>	Jest to <i>espresso</i> z niewielką ilością spienionego mleka. W języku włoskim <i>macchiato</i> oznacza „splamiony”, taki napój jest zatem <i>espresso</i> splamionym niewielką ilością mleka ⁴¹
8.	<i>latte macchiato</i>	Jest odwrotnością <i>macchiato</i> , czyli jest to gorące spienione mleko, do którego wlewa się porcję <i>espresso</i> (czasami dwie porcje). Całość przykrywa się niekiedy bitą śmietaną, ale nie jest to obowiązek ⁴² . Prawdopodobnie przygotowane <i>latte macchiato</i> ma trzy warstwy: mleko na dole szklanki, mleko zmieszane z <i>espresso</i> pośrodku oraz mleczną piankę na szczycie ⁴³
9.	<i>mocha</i>	Jest to jeden z wariantów kawy <i>latte</i> . Jej przygotowanie polega na dodaniu do <i>espresso</i> czekolady (może być w proszku bądź w syropie). Kolejno dolewa się gorące mleko oraz kładzie bitą śmietaną ⁴⁴
10.	<i>mochabreve</i>	Jest to wariant kawy <i>mocha</i> . Mleko oraz bita śmietana są w tej wersji zastąpione podgrzaną mieszanką mleka i śmietanki. Kawa ta pochodzi z Ameryki, i w Europie jest raczej rzadko spotykana ⁴⁵
11.	<i>marochino</i>	Jest to <i>espresso</i> , do którego dodaje się kakao bądź syrop czekoladowy, a kolejno niewielką ilość spienionego mleka. Kawa ta pochodzi z włoskiej Aleksandrii, jej nazwa zaś odnosi się do koloru tak powstałego napoju. <i>Marochino</i> to w języku włoskim rodzaj skóry w kolorze jasnego brązu ⁴⁶
12.	<i>irish coffee</i> (kawa po irlandzku)	Jest to <i>espresso</i> bądź po prostu mocna czarna kawa, do której dodaje się podgrzaną miarkę <i>whiskey</i> , brązowy cukier, a następnie całość dekoruje bitą śmietaną. Sztuka parzenia tej kawy polega na tym, aby „kożuszek” ze śmietany nie zmieszał się z warstwą kawy i <i>whiskey</i> ⁴⁷
13.	kawa po wiedeńsku	Jej nazwa wskazuje na to, że pochodzi ona z Wiednia. Jest to <i>espresso</i> bądź mocna czarna kawa parzona w inny sposób, udekorowana bitą śmietaną. Niektóre przepisy zalecają roztopienie w rondelku czekolady i dodanie do niej kawy, następnie przelanie do filiżanki oraz położenie bitej śmietany ⁴⁸

⁴⁰ Ibidem, s. 97.⁴¹ Ibidem, s. 89.⁴² *Espresso, cappuccino...* [17.05.2018].⁴³ *Wiesz co pijesz – rodzaje kawy*, <https://www.coffeeesk.pl/blog/rodzaje-kawy-espresso-macchiato-latte/> [17.05.2018].⁴⁴ *Espresso, cappuccino...* [17.05.2018].⁴⁵ Ibidem.⁴⁶ *10 najpopularniejszych...* [17.05.2018].⁴⁷ *Wiesz co pijesz...* [22.05.2018].⁴⁸ Ibidem.

14.	<i>romano</i>	Jest to <i>espresso</i> podane ze skórką cytrynową, której jedna końcówka jest zamoczona w kawie. Istnieje także wersja z sokiem cytrynowym dodanym do <i>espresso</i>
15.	<i>corretto</i>	Jest to <i>espresso</i> z niewielką ilością alkoholu. We Włoszech tradycyjnie używa się <i>grappy</i> , chociaż inne alkohole takie jak: koniak, <i>brandy</i> czy <i>whisky</i> są także popularne. Do całości można opcjonalnie dodać spienione mleko
16.	<i>flat white</i>	Jest to kawa z dodatkiem mleka. Tradycyjnie przygotowuje się ją z podwójnego <i>espresso</i> , które zalewa się gorącym mlekiem. Jak sama nazwa wskazuje, <i>flat white</i> powinna być płaska na powierzchni.
17.	<i>freddo</i>	Jest to <i>espresso</i> na zimno. Wiele jest przepisów na jego przyrządzenie, ale zgodnie z najpopularniejszym zaleca się zalanie kostek lodu <i>espresso</i> i dodanie opcjonalnie alkoholu. Inna wersja zakłada użycie wystudzonego <i>espresso</i> , zaś jeszcze inna zastąpienie alkoholu niewielką ilością spienionego mleka ⁴⁹
18.	<i>cafe frappe</i>	Jest to kawa mrożona, zwana także kawą grecką, w przeciwieństwie do poprzednich kaw serwowanych na bazie <i>espresso</i> przygotowywana jest z kawy rozpuszczalnej. Kawę rozpuszczalną zalewa się wodą, mlekiem oraz dodaje cukier, a następnie wszystko razem miesza

Źródło: opracowanie własne.

Jak przedstawiono w powyższym zestawieniu tabelarycznym, serwowane w kawiarniach i innych lokalach gastronomicznych, głównie typu uzupełniającego, kawy oraz napoje kawowe w większości przyrządzane są na bazie *espresso*, jednakże należy zauważyć, że występuje wiele różnic pomiędzy poszczególnymi krajami, a nawet regionami. Przykładowo, w Ameryce *espresso con panna* i kawa po wiedeńsku to praktycznie to samo, podobnie jak *americano* i *lungo*. *Dry cappuccino* jest popularne w Ameryce w wersji z bitą śmietaną, co z kolei w Europie może być uznane za kawę po wiedeńsku. W Australii natomiast *flat white* będzie właściwie tym samym co *latte* we Włoszech⁵⁰.

Podsumowanie

Polacy polubili kawę, dlatego segment kawiarni na rynku HoReCa wzrasta nie tylko w dużych miastach, ale również w małych ośrodkach. Kawa w każdej sieci kawiarnianej jest dobra w opinii konsumentów i w dużym wyborze. To jednak za mało, by przywiązać klientów-gości do marki, zwłaszcza „bywalca polskiego”, który w ulubionym miejscu spędza nawet kilka godzin. Green Caffè Nero ma tylko 15% „klientów *to go*”, czyli takich, którzy biorą kawę na wynos. Pozostali chcą posiedzieć, a wielu po prostu tam pracuje przy laptopie.

Perfekcyjnie zaparzona kawa ma niepowtarzalny smak i aromat. Taka kawa dostępna jest w kawiarniach niezależnych, gdzie bariści najwyższej klasy, poza ciśnieniowym ekspresem kolbowym do użytku profesjonalnego, dysponują sprzętem do alternatywnego przygotowywania kawy oraz mają w ofercie szeroki wybór ziaren kawy z całego świata,

⁴⁹ A. Fiedoruk, op. cit., s. 119.

⁵⁰ M. Rusnarczyk, op. cit., s. 101.

z „półki” *premium*. Kawiarnie tego typu często stają się kultowe, sprawiają, że goście chcą przychodzić, bo dobrze się w nich czują. To połączenie najwyższej jakości obsługi i serwowanych produktów z zadowoleniem personelu.

Siłą hamującą rynek kawowy i kawiarniany w Polsce jest koszt filiżanki kawy w porównaniu z siłą nabywczą. Za filiżankę kawy w naszym kraju trzeba zapłacić często więcej niż we Włoszech, a średnie zarobki w Polsce są zdecydowanie niższe. Tematyka rynku kawowego i kawiarnianego jest bardzo szeroka. Kawa to producenci i jej dystrybutorzy, sprzęt i akcesoria do parzenia, dodatki, porcelana, szkło i naczynia jednorazowe, serwis i usługi szkoleniowe. Zagadnienia te zostaną rozwinięte w kolejnych opracowaniach.

Bibliografia

- Fiedoruk A., *Kawa bez tajemnic*, Instytut Wydawniczy Kreator, Białystok 2004.
- Fiedoruk A., *Kawa*, Wyd. Pascal, Bielsko-Biała 2008.
- Graboń I., *Kawa. Instrukcja obsługi najpopularniejszego napoju na świecie*, Wyd. Otwarte, Kraków 2017.
- Gróźewska A., *Kawa, biblia prawdziwych pasjonatów, wszystko co o kawie warto wiedzieć*, „Czas na Wnętrze” 2014, 1.
- Jackowski Sz., *Kawa. Sekrety parzenia. Porady. Przepisy*, Wyd. SBM, Warszawa 2014.
- Krajowy standard kompetencji zawodowych. Barista*, Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej, Centrum Rozwoju Zasobów Ludzkich, Warszawa 2013.
- Oleksak A., *Jak smakuje mistrzowskie espresso*, „Food Service” 2019, 2.
- Rusnarczyk M., *Sekrety kawy. Poradnik dla amatorów i profesjonalistów*, Wyd. Bernardinum, Pelplin 2014.
- Rzyman K., Bielicki A., *Przewodnik po warszawskich kawiarniach – Varsavia Coffee Spots*, Wyd. Storming the city, Warszawa 2017.
- Sala J., *Podsystemy rynku usług gastronomicznych w gospodarce rynkowej*, „Food Service” 1999, 7.
- Śmiechowska M., Dmowski P., *Znajomość ekologicznej produkcji i zasad fair trade wśród konsumentów kawy w Polsce*, Akademia Morska w Gdyni, Gdynia 2008.
- Świątkowska M., Okraska S., *Działania promocyjne kawiarni sieciowych i ich ocena w świetle badań konsumentów*, „Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego. Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej” 2016, nr 113.

Netografia

- Badanie Café Monitor 2018, ARC Rynek i Opinia, <https://arc.com.pl/Mlodzi-w-kawiarniach-blog-pol-1535060713.html> [04.02.2019].
- Coffee Market Report*, International Coffee Organization, December 2017, s. 4, <http://www.ico.org/Market-Report-17-18-e.asp> [04.02.2019].
- <http://mkcafe.pl/kacik-pasjonata/kacik-pasjonata/kawowe-vademecum/swiat-w-filizance> [04.02.2019].
- <https://sjp.pwn.pl/szukaj/barista.html> [04.02.2019].
- Raport 2018. Rynek gastronomiczny w Polsce*, lipiec–sierpień 2018, s. 90, <http://www.horecanet.pl> [04.02.2019].

Rynek gastronomiczny w Polsce. Raport 2015, https://issuu.com/brogmarketing/docs/rg_2015 [04.02.2019].

Rynek kawy, http://research.inse.pl/images/pdf/rynek_kawy_inse_research.pdf [04.02.2019].

Solska J., *Rozkosze kawosza*, <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/rynek/1742908,1,wojny-kawiarniane.read> [04.02.2019].

Stodolak S., *Wielka czarna, czyli kawiarniany szal Polaków*, <http://www.newsweek.pl/biznes/wielka-czarna-czyli-kawiarniany-szal-polakow-newsweek-pl,artykuly,284373,1.html> [04.02.2019].

Streszczenie

Celem opracowania jest przedstawienie pracy baristy we współczesnych kawiarniach i innych lokalach gastronomicznych, głównie typu uzupełniającego, prowadzących działalność na rynku HoReCa w Polsce. W artykule przedstawiono rynek kawiarniany i kawowy w Polsce. Dokonano charakterystyki zawodu baristy oraz specyfiki jego pracy w lokalu gastronomicznym typu uzupełniającego. Opisano techniki i metody parzenia kawy przez profesjonalnych baristów. Zestawiono typy kaw oraz napojów kawowych przyrządzanych i serwowanych przez baristę w kawiarniach, jak również w innych lokalach gastronomicznych, zatrudniających profesjonalnego pracownika.

Słowa kluczowe: rynek kawowy i kawiarniany, barista, sprzęt i metody parzenia kawy, rodzaje kawy i napojów kawowych

Abstract

The aim of the study is to present the work of a barista in contemporary cafes and other gastronomic premises, mainly of a complementary type, operating on the HoReCa market in Poland. The coffee and cafeteria market in Poland is shown in this article. Characteristic of the barista's profession and the specifics of his work in a gastronomic type of complementary type were made. Coffee techniques and methods have been described by professional baristas. The types of coffee and coffee drinks prepared and served by the barista in cafes and other gastronomic premises employing a professional employee are listed.

Keywords: coffee and cafe market, barista, equipment and coffee brewing methods, types of coffee and coffee drinks

NOTKA O AUTORACH

Dr inż. Magdalena Woźniczko, doktor nauk rolniczych SGGW w Warszawie w zakresie technologii żywności i żywienia człowieka, absolwentka Wydziału Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji SGGW, specjalistka ds. żywności wysokiej jakości, ekspertka w zakresie kuchni regionalnych w Polsce oraz szeroko pojętej gastronomii w turystyce i hotelarstwie, a także w dziedzinie turystyki kulinarnej (w tym biro-, eno-, spiri- i tynkturuturystyki). Autorka i współautorka ponad 150 artykułów naukowych, opracowań i rozdziałów w monografiach, zeszytach oraz czasopismach naukowych, a także *Turystyki kulinarnej* (PWE, 2015).

Dr Dominik Orłowski, doktor nauk rolniczych SGGW w Warszawie w zakresie technologii żywności i żywienia człowieka, specjalista ds. gastronomii i dziedzictwa kulinarnego. Zainteresowania naukowe: turystyka kulinarna, turystyka etnograficzna, wykorzystanie dziedzictwa kulinarnego Polski i świata w rozwoju oraz promocji turystycznej krajów, regionów i konkretnych miejscowości oraz zagadnienia związane z pożywieniem ludowym, mające swoje odzwierciedlenie we współczesnej turystyce kulinarnej.